

# ŠTA SU KREATIVNE INDUSTRIJE

TEKST: LUBICA SLAVKOVIĆ

REČ JE O SKUPU DELATNOSTI I AKTIVNOSTI ČIJIM PROIZVODIMA, USLUGAMA I SADRŽAJIMA VREDNOST DAJE KREATIVNI RAD UTEMLJEN NA ELEMENTIMA UMETNOSTI, KULTURE, NAUKE, ISTRAŽIVANJA, RAZVOJA I OBRAZOVANJA. REČ INDUSTRIJA NE KORISTI SE ZA OPISIVANJE INDUSTRIJSKE PROIZVODNJE I MASOVNE POTROŠNJE KULTURNIH SADRŽAJA, VEĆ ZA OZNAČAVANJE DELATNOSTI ČIJI SU REZULTATI RAZNOLIKI KULTURNI IZRAZI, UGLAVNOM ZAŠTIĆENI PRAVIMA INTELEKTUALNE SVOJINE



novčanim tokovima. Sektor kreativnih industrija čine mnoge delatnosti, međusobno povezane, i svaka ima svoju ulogu u lancu vrednosti. Održiv model kreativnih industrija bazira se na dominantnom ulaganju u stvaralaštvo, oko koga se dalje nadovezuju ostale delatnosti – difuzija, prezentacija i promocija, koje su u njegovoj funkciji, i od sekundarnog su značaja. Kad se odnosi unutar lanca vrednosti kreativnih industrija poremete (što je na primer i kod nas slučaj) dolazi do toga da delatnosti koje su sekundarnog značaja postaju primarne, čime se narušava priroda i dinamika (kao i ishodi) socio-kulturnog ciklusa kreativne produkcije. U duhu našeg jezika primerenije je koristiti reč delatnosti (kreativne delatnosti) namesto (kreativne) industrije, iako je ovaj drugi za širu javnost poznatiji i prihvaćeniji. Najvažniji segment kreativnih industrija je kreativno preduzetništvo – preduzimljivost i inovativnost inspirisana kulturnim kodovima i raznolikim kulturnim izrazima, navodi Hristina Mikić.

Hristina Mikić doktorirala je na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Beogradu, u oblasti ekonomike kulture. Autor je čak sedam knjiga u oblasti ekonomike kulture i kreativne ekonomije, od kojih je poslednja Kreativno preduzetništvo: teorija i praksa, što nas je podstaklo da s njom rasvetlimo taj, nedovoljno poznat a sveprisutan, fenomen kreativnih industrija.

## Demistifikacija koncepta

Koncept kreativnih industrija u našoj zemlji nije u dovoljnoj meri demistifikovan i mnogo je površnih i banalizovanih tumačenja. Tome doprinosi i veliki broj aktera koji veruju da su „žila kucavica“ kreativnih industrija, jer to u simboličkom smislu označava savremenost, progresivnost i omogućuje pristup određenim

MEBRUR



## Kultura i ekonomija

Ekonomski obrasci ponašanja oduvek su imali uticaj na umetničko delo i stvaraoaca, ali su se različito tumačili, u odnosu na to kakav je stav društvo imalo prema njima. Sve do srednjeg veka umetnik je bio zanatlija, srednji vek i renesansa doveli su do odvajanja umetnosti od zanatstva i trgovine, i priznavanja određenih zanimanja kao slobodnih profesija. Kao posledica osnivaju se umetničke akademije i dolazi do pojave nove percepcije umetnika (umetnik genije) i njegovog rada u kome je on izvan društveno-ekonomskog sistema.

Hristina Mikić kreativne industrije vidi u pozitivnom svetlu i u duhu „out of the box“ razmišljanja. One nose nove tehnike stvaranja, interpretacije i promocije kreativnih sadržaja i utiču na pojavu novih polja umetnosti i kulturnih praksi. Omogućavaju povezivanje klasičnih umetničkih, primenjeno umetničkih i zanatskih veština i različitih umetničkih, istraživačkih i naučnih procesa u kreiranju novog sadržaja. Takođe, menjaju način korišćenja kreativnosti u stvaranju novih kreativnih dela, povećavaju njihovu interaktivnost, mogućnosti za prezentaciju i mogu imati pozitivnih uticaja na psihologiju publike.

## Uloga javne politike

Svaki fenomen, pa i kreativne industrije, mogu biti na korist ili štetu jednog društva, što zavisi od toga kakav odnos društvo ima prema njima. U uređenim društvima, koja imaju svrsishodne javne politike, kreativne industrije su glavno sredstvo zaštite kulturnih vrednosti i njihove afirmacije u duhu savremenog načina života i razumevanja kulture. Ekonomsko

Jugodom



## Pozitivni primeri

Pozitivan primer kreativnih industrija čini istanbulski dizajner MEB RUR koji ih koristi kao instrument podizanja ekološke svesti i održivog razvoja. Izrađuje ekološki nameštaj od reciklirane svile s Nepala, koju nabavlja od lokalnog stanovništva, i time ekonomski osnažuje i omogućava održivost lokalnog stvaralstva. Istovremeno, kroz proces kreativne industrije stvaraju se novi autentični proizvodi koji integrišu principe ekološki odgovorne kreativne ekonomije. Hristina kao primer pozitivne prakse koja integriše kreativne industrije i turizam ističe i Jugodom, bora-višni muzej inspirisan jugoslovenskim dizajnom i duhom, koji posetiocima pruža putovanje kroz jugoslovensku istoriju i dizajn.

Hristina ističe i Google Art projekat kao primer kako integracija kreativnih industrija pomaže popularizaciji umetničkih dostignuća. Uz pomoć 3D skenera visoke rezolucije mnoga dela muzeja i galerija postala su dostupna najširoj publici, a primena Google street view tehnologije omogućava interaktivne obilaske umetničkih prostora. Galerija omogućava personalizaciju sadržaja i kreiranje individualnih galerija slika prema preferencijama korisnika, i sam projekat je povezoao 141 muzej sa svih strana sveta i omogućio pristup u oko 400 galerijskih soba i više od 6.000 Google street panorama.

dimenzioniranje stvaralaštva omogućuje da se kroz razvoj kreativnih industrija (prvenstveno kreativnog preduzetništva) obezbede osnove za ostvarivanje kako ekonomskih, tako i kulturnih prava pojedinaca i grupa. S druge strane, u društvima koja su manje uspešna u oblikovanju kulturne politike i afirmaciji stvaralaštva, kreativne industrije nisu dale pozitivne rezultate.

## Potencijali i vrednosti kreativnih industrija

Ukoliko se uspostavi adekvatan model, u kome sloboda kreativnog izraza i stvaralaštvo imaju primarnu ulogu, onda su kreativne industrije način da se obezbedi održivost kulturnih resursa, identiteta i vrednosti. Spadaju u jedan od najvažnijih agenasa asocijalizacije, prenošenja simboličkih poruka i vrednosti, i zbog toga je briga o njima od posebnog značaja za svako društvo. Modeli stvaralačkih procesa i njihove karakteristike poput sklonosti ka istraživanju, estetski sudovi, preduzimljivost, nekonformistički pogledi na svet, posvećenost određenoj ideji, nekonvencionalni načini rešavanja problema, inovativna rešenja i slično mogu se koristiti i u drugim sferama. To su pozitivne eksternalije (spillovers) koje razvoj kreativnih industrija može doneti ne samo kulturi, nego čitavom društvu u vidu transfera znanja, vrednosti, inovacija, novih poslovnih modela... I upravo je to suština savremenog razvoja kreativnih industrija – tretirati ih kao najvažnije elemente izgradnje pozitivnog identiteta jedne države i poboljšanja njene političke, kulturne i ekonomske pozicije. Iskustva pokazuju da kreativne industrije, osim u simboličkom smislu, pomažu i razvoju celokupnog društva, jer je svaki proizvod koji se stvara obeležen kulturnom prostorom na kome nastaje, zaključuje Hristina Mikić.

Erdem Moraliolu



## Dobre javne politike

Australija je primer kako su kreativne industrije doprinele jačanju nacionalnog identiteta jer, kao britanska kraljevska kolonija, kulturna matrica ova države je stalno bila pod uticajem tzv. „fenomena kulturne pokornosti“. Njime se izražavalo da Australijanci vrednuju sve što dolazi iz Evrope, a naročito umetnost iz Velike Britanije, kao nešto što je suštinski bolje od bilo čega što Australija može da stvori. Tako je Australija dugo godina doživljavana kao zemlja kengura i lepe prirode, da bi se danas doživljavala kao zemlja progresivne kreativnosti i izvrsnosti u određenim sferama kreativnih industrija – filmu, marketingu, nauci i digitalnim tehnologijama.

U Turskoj su kreativne industrije pre deset godina postale prioritet kako bi se postojeći identitet zemlje osvajača i ratnika (povezane s istorijom Osmanskog carstva) redefinisao ka vrednosnoj i kulturnoj matrici koja je prilagođenija razvoju turizma. Nova generacija turskih kreativaca poput Eze Ozalp, Erdem Moraliolu, Bora Aksu, Hussein Chalayan, Faruk Malhan... kroz kreativne industrije je doprinela savremenoj interpretaciji ikoničkih dimenzija turskog kulturnog nasleđa, kao što su arhitektura, enterijer, pokućstvo, tradicionalna kultura odevanja... i afirmisala održivi model zaštite i unapređenja raznolikosti turskih kulturnih izraza...

